

PRESSEINFORMATION

Handys: Marke und Optik sind die wichtigsten Auswahlkriterien

Aktuelle Umfrage von Konzept & Analyse zeigt: Für rund 40 Prozent der Befragten sind Hersteller und Aussehen beim Handykauf entscheidend

Nürnberg, 7. November 2008 – Mobiltelefone sind aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Derzeit gibt es in Deutschland mehr Handys als Bundesbürger. Das bedeutet, dass viele Deutsche nicht nur ein, sondern gleich mehrere Mobiltelefone besitzen. Doch was sind die wichtigsten Auswahlkriterien beim Kauf eines neuen Handys? Das überraschende Ergebnis: Bei den meisten Konsumenten (39 Prozent) entscheiden der Markenname und das Design darüber, welches Handy sie erwerben. Erst an zweiter Stelle steht die Funktionalität des Telefons. So machen 31 Prozent der Befragten ihre Kaufentscheidung von der technischen Ausstattung des Handys abhängig. Lediglich 16 Prozent der Konsumenten finden es am wichtigsten, dass das Mobiltelefon möglichst günstig ist beziehungsweise sie bei einem Vertragsabschluss nichts dazu bezahlen müssen. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse unter 400 Befragten, die gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber Respondi AG durchgeführt wurde.

Auswahlkriterien variieren nach Geschlecht und Alter

Besonders interessant: Marke und Optik sind für Frauen noch wichtiger als für Männer (Frauen: 41 Prozent, Männer: 36 Prozent). Männer wiederum begründen ihre Entscheidung beim Handykauf stärker mit der technischen Ausstattung des Telefons (Frauen: 28 Prozent, Männer: 35 Prozent).

Die Jugend entscheidet nach Marke, die Senioren nach Funktionalität

Für Jugendliche haben der Herstellername und das Aussehen im Vergleich mit den älteren Altersgruppen die weitaus größte Bedeutung beim Kauf eines bestimmten Mobiltelefons. Über die Hälfte der 14- bis 17-Jährigen (52 Prozent) macht ihre Kaufentscheidung von diesen beiden Aspekten abhängig.

Bei den Befragten über 60 Jahre entscheidet dagegen vor allem die Funktionalität beziehungsweise eine möglichst unkomplizierte Handhabung (39 Prozent) des Telefons über den Kauf.

„Es zeigt sich, dass die Ausstattungsschlachten, die sich Samsung und Nokia liefern, viele Käufer nicht erreichen. Geradezu genial erscheint dagegen der Weg von Apple: lieber ein Handy für alle, als viele Handys für wenige. Auch BlackBerry ist es bisher gelungen, seine Kunden vor zu hoher Entscheidungskomplexität zu bewahren“, kommentiert Ralph Ohnemus, Vorstandsvorsitzender von Konzept & Analyse, die Zahlen.

PRESSEINFORMATION

Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 30 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Sie zählen zu den Experten im Bereich der BestAger Forschung. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

Weitere Informationen:

Ralph Ohnemus, Vorstandsvorsitzender
Konzept & Analyse AG
Kinkelstraße 12 / 90482 Nürnberg
Telefon 0911/99 542-0
ralph.ohnemus@konzept-analyse.de
www.konzept-analyse.de

Tchoko Souga
Klenk & Hoursch Partner für Public Relations
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt am Main
Telefon 069/719168-19
tchoko.souga@klenkhoursch.de